

LAPORAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

PEMAHAMAN TENTANG LITERASI MEDIA SEBAGAI
PENDAMPINGAN DALAM MENONTON
PROGRAM SIARAN TELEVISI



Oleh :

Drs. Siswanta, MSI. (ketua)
NIDN 0621086501


Dr. Dian Esti Nurti, MSI. (Anggota)
NIDN 0020105611

Kegiatan dibiayai oleh Universitas Slamet Riyadi Surakarta
Berdasarkan Kontrak No. 13-A/S9/AK/2015 Tanggal 1 April 2015

HALAMAN PENGESAHAN


1. Judul : PEMAHAMAN TENTANG LITERASI MEDIA SEBAGAI PENDAMPINGAN DALAM MENONTON PROGRAM SIARAN TELEVISI
2. Nama Mitra Program : Warga masyarakat Kelurahan Kratonan Kecamatan Serengan Surakarta
3. Ketua Tim Pelaksana : Drs. Siswanta, MSi.
 - a. NIDN : 0611086501
 - b. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
 - c. Program Studi : Ilmu Komunikasi
 - d. E-mail : siswanta@live.com
4. Anggota Tim Pelaksana : Dr. Dian Esti Nurati, MSi
 - a. NIDN : 0020105611
 - b. Jabatan Fungsional : Lektor
 - c. Program Studi : Ilmu Komunikasi
5. Lokasi Kegiatan : Wilayah kelurahan Kratonan, Kec. Serengan, Surakarta.
6. Luaran yang dihasilkan : Dengan memahami literasi media orang tua mampu mendampingi saat anak menonton program siaran televisi.
7. Jangka waktu pelaksanaan : 4 bulan (April s/d Juli 2015)
8. Biaya total UNISRI : Rp 1000 000,-

Mengetahui
Dekan FISIP



Dr. Buddy Riyanto, MSi.
NIDN. 0613116201

Surakarta, 25 Juli 2015

Ketua Tim Pelaksana


Drs. Siswanta, MSi
NIDN. 0611086501

Menyetujui
Ketua J. PPM


H. Joko Pramono, S.Sos, MSi
NIDN. 0619096901



YAYASAN PERGURUAN TINGGI SLAMET RIYADI
UNIVERSITAS SLAMET RIYADI SURAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
E-mail: lpnpv@unisri.ac.id. Homepage: www.unisri.ac.id
Jl. Sumpah Pemuda No. 18 Surakarta Kode Pos 57136 Telp. (0271) 853839,
851986. Fax (0271) 854670, 854270

LEMBAR VALIDASI

Telah diseminarkan Usulan/ Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat:
PEMAHAMAN TENTANG LITERASI MEDIA SEBAGAI PENDAMPINGAN DALAM
MENONTON PROGRAM SIARAN MEDIA TELEVISI.

Ketua : Drs. Siswanta, M.Si.
Anggota : Dr. Dian Esti Nurati, M.Si.
Pada Tanggal : Kamis, 2 April 2015
Di : Ruang Sidang FISIP UNISRI
Hasil : Revisi /Tanpa Revisi
Peserta Seminar:

NO	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1.	H. Joko Pramono, S.Sos., M.Si.	Dosen	1.
2.	Dra. Nurnawati Hendra H, M.Si.	Dosen	2.
3.	Dra. Sri Riris S, M.Si.	Dosen	3.
4.	Dra. Christy Damayanti, M.Si.	Dosen	4.
5.	Setyasih Harini, SIP, M.Si.	Dosen	5.
6.	Drs. Bedjo Sukarno, M.Si.	Dosen	6.
7.	Dra. Damayanti Suhita, M.Si.	Dosen	7.
8.	Setyasih Harini, SIP, M.Si.	Dosen	8.
9.	Drs. Siswanta, M.Si.	Dosen	9.
10.	Dr. Suwardi, M.Si.	Dosen	10.

Mengetahui:
Dekan FISIP

Drs. Buddy Riyanto, M.Si.
NIDN.0613116201

Menyetujui:
Ketua LPPM

H. Joko Pramono, S.Sos., M.Si.
NIDN.0619096901

Pembahas:

Drs. Bedjo Sukarno, M.Si.
NIDN. 0611035201

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	11
DAFTAR ISI.....	iii
RINGKASAN.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. Analisis situasi.....	1
2. Konsep Literasi Media.....	2
3. Pemahaman Terhadap Budaya Media.....	6
4. Pemahaman Terhadap Media Baru.....	7
BAB II TARGET DAN LUARAN.....	9
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	10
3.1. Metode Pelaksanaan.....	10
3.2. Khalayak Sasaran.....	11
BAB IV. BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN.....	11
4.1. Anggaran Biaya.....	11
4.2. Jadwal Kegiatan.....	11
DAFTAR PUSTAKA.....	12
LAMPIRAN-I.LAMPIRAN	
1. Bio-data Ketua dan Anggota Tim Pelaksana	
2. Gambaran Ipteks yang akan ditransfer kepada mitra	
3. Peta Lokasi Wilayah Mitra	
4. Surat Pernyataan Kesiapan Bekerjasama dari Mitra	

RINGKASAN

Literasi media diharapkan masyarakat paham, dan memiliki pengetahuan yang cukup tentang media dan kontennya, tetapi yang terjadi masih sebaliknya. Ketika paradigma yang digunakan untuk melakukan literasi media oleh lembaga pemerintah berbeda, maka hasil literasi menjadi tidak tepat sasaran. Fenomena inilah yang terjadi di masyarakat selama ini. Literasi media bukan bertumpu pada berapa kali literasi media dilakukan (frekuensi), tetapi lebih terfokuskan pada efektifitas dan segi pemanfaatannya. Artinya apakah komunitas masyarakat konsumen media tertentu mengalami perubahan pengetahuan dan pemahaman mereka terhadap media, setelah dilakukan literasi media tersebut. Kemudian setelah mereka memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang media apakah di sosialisasikan kepada kelompok lain di komunitas mereka begitu dan seterusnya,

Literasi media sasaran adalah agar masyarakat teredukasi tentang program *content* media, sehingga memahami, punya pengetahuan, dan berhak memilih mana media yang bermanfaat dan media yang tidak bermanfaat. Literasi media yang sering dilakukan justru bertumpu pada mereka yang sudah paham tentang media. Empati pemerintah terhadap literasi media sesungguhnya masih rendah, atau bahkan tidak ada. Output dari berbagai project literasi media yang dilaksanakan belum banyak menyentuh kebutuhan dasar dari komunitas masyarakat konsumen yang menjadi korban kebebasan gempuran informasi media selama ini.

Literasi media tentu tidak bisa berjalan dengan baik tanpa peran serta masyarakat. Peran itu dapat berupa individu, komunitas, kelompok, dan budaya lokal setempat. Peran individu lebih di fokuskan pada bimbingan orang tua sebagai kepala keluarga atas konsumsi media di lingkungannya. Demikian juga pengawasan di komunitas, kelompok masyarakat tertentu yang peduli terhadap perkembangan konvergensi media, serta pemberdayaan kearifan lokal yang berkembang di komunitas masyarakat,

BAB I. PENDAHULUAN

1. Analisis Situasi

Gerakan literasi media berangkat dari persoalan cultural, dimana budaya local bertemudengan budaya asing melalui media. Gerakan literasi media ini di satu sisi berupayamemberdayakanmasyarakat ketika beradapan dengan media. Pada sisi yang lain dalamjangka panjang literasi media dapat mendorong kualitas isi media. Secara ekstemalliterasi media membantu orang untuk mengembangkan pengetahuan dan pemahannyaterhadap konten media, sehingga ia dapat mengendalikan pengaruh media dalamkehidupannya. Sementara kearifan local merupakan manifestasi budaya yang dimilikimasyarakat, dapat digunakan sebagai filter dalam menghadapi pengaruh budaya asingatas terpaan media. Bahkan strategi literasi media dapat dipengaruhi keberadaan kearifanlocal di masyarakat sebagai konsumen media. Literasi media dapat pula dipahami pesandiproduksi, dikonstruksi dan dampaknya. Literasi media menghasilkan sebuahkemampuan berpikir kritis dalam melihat bagaimana proses komunikasi berlangsungdalammedia. Bagaimana konsumen menyikapi perkembanganmedia sehingga terbebasdari belenggu kekuasaan media global yang semakin bebas.

Literasi media diperlukan akibat semakin gencarnya terpaan informasi dari berbagai media yang tidak diimbangi dengan kecakapan mengkonsumsinya, sehinggadibutuhkanlah pemahaman dalam mengkonsumsi media secara sehat. Literasi mediataidak akan berjalan tanpa peran kearifan lokal masyarakat, baik secara individu, dankelompok. Peran kearifan local masyarakat dapat memfilter, penetrasi budaya asing melalui media.

Beberapa diskusi yang telah dihasilkan menunjukkan bahwa, literasi media berangkat daripersoalan cultural, dimana budaya local bertemu dengan budaya-asing melalui media.Literasi media berupaya untuk memberdayakankonsumen ketika beradapan denganmedia. Literasi media bertujuan membantu konsumen agar memiliki pengetahuan danpemahaman yang cukup tentang isi media, sehingga dapat mengendalikan pengaruh mediadalam kehidupannya. Sedangkan peran kearifan local merupakan manifestasi budayayang dimiliki masyarakat, sebagai filter untuk menghadapi interaksi budaya asing dariterpaan media. Literasi media juga dimaknai sebagai proses pebentukan kemampuanberpikirkritis konsumen dalam menghadapi dampak negatif media.

Di Indonesia baik pihak pemerintah maupun pihak swasta telah melaksanakan kegiatan literasi media, tetapi kondisinya tidak beranjak bahkan tidakseimbang. Ketidak

seimbangan itu bisa kita lihat dari perkembangan media komunikasi modern yang begitu cepat, tetapi literasi media justru berjalan ditempat. Sementara bagi lembaga pemerintah yang memiliki support dana, umumnya program literasi media yang mereka canangkan banyak yang tidak tepat sasaran. Artinya project literasi media yang seharusnya membawa manfaat bagi masyarakat rentan terpaan media justru tidak sampai menyentuh sasaran itu. Literasi media yang sering dilakukan justru bertumpu pada mereka yang sudah paham tentang media. Empati pemerintah terhadap literasi media sesungguhnya masih rendah, atau bahkan tidak ada. Output dari berbagai project literasi media yang dilaksanakan belum banyak menyentuh kebutuhan dasar dari komunitas masyarakat konsumen yang menjadi korban kebebasan gempuran informasi media selama ini.

Literasi media diharapkan masyarakat paham, dan memiliki pengetahuan yang cukup tentang media dan kontennya, tetapi yang terjadi masih sebaliknya. Ketika paradigma yang digunakan untuk melakukan literasi media oleh lembaga pemerintah berbeda, maka hasil literasi menjadi tidak tepat sasaran. Fenomena inilah yang terjadi di masyarakat selama ini. Literasi media bukan bertumpu pada berapa kali literasi media dilakukan (frekuensi), tetapi lebih terfokuskan pada efektifitas dan segi pemanfaatannya. Artinya apakah komunitas masyarakat konsumen media tertentu mengalami perubahan pengetahuan dan pemahaman mereka terhadap media, setelah dilakukan literasi media tersebut. Kemudian setelah mereka memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang media apakah di sosialisasikan kepada kelompok lain di komunitas mereka begitu dan seterusnya.

Literasi media sarannya adalah agar masyarakat teredukasi tentang program *content* media, sehingga memahami, punya pengetahuan, dan berhak memilih mana media yang bermanfaat dan media yang tidak bermanfaat.

2. Konsep Literasi Media

Literasi media merupakan jargon populis saat ini tetapi masih banyak masalah yang begitu rumit dalam implementasinya. Sejak terbukanya kebebasan informasi dan teknologi media, pertumbuhan media massa dan media baru mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Media komunikasi yang telah bermetamorfosis menjadi media digital itu perkembangannya semakin beragam. Agar lebih gampang direpresentasikan oleh pertumbuhan *smartphone* dan sejenisnya.

Dewasa ini penetrasi berbagai jenis media tersebut telah merambah ke berbagai kalangan dan komunitas di masyarakat, tanpa membedakan strata sosial dan ekonomi. Penggunaan media komunikasi *smartphone* dan sejenisnya telah bergeser menjadi gaya hidup masyarakat tertentu. Dalam konteks ini teknologi media telah mengambil bagian dari

peran-peran tertentu di masyarakat. Anak yang lahir pascatahun 1995-an dapat diidentifikasi sebagai anak generasi media atau anak asuh yang dibesarkan dibawah pendidikan teknologimedia. Sebagai anak media tentu ada beberapa konsekuensi, baik yang berkonotasi positif maupun negatif atas pengaruh penggunaan teknologi media komunikasi itu.

Menurut Baran (2010:23), media berpengaruh terhadap budaya khalayak dengan ragam cara. Maka tidak heran jika kehidupan masyarakat kita saat ini tidak bisa terpisahkan oleh kehadiran teknologi media komunikasi. Tekanan itu semakin intens ketika "media saling berlomba-lomba" dalam memberikan layanan informasi kepada konsumennya. Tingginya penetrasi media komunikasi itu dampaknya semakin sulit terkontrol. Kini konsumen tidak sekedar mendapatkan informasi, pengetahuan, dan hiburan, tetapi bisa berinteraktif langsung.

Pada saat yang sama media menanamkan nilai ideologi baru berupa gaya hidup, budaya konsumerisme dan model peniruan sikap dan perilaku para artis/aktor tertentu yang dipopulerkan media. Maka dari itu sudah waktunya penetrasi media yang semakin gear dan bebas harus diimbangi dengan literasi media sebagai budaya tangkal atas dampak negative media. Disamping itu literasi media juga bertujuan untuk melindungi konsumen yang rentan dan lemah terhadap dampak media penetrasi budaya media baru.

Bisa jadi progres literasi media didasarkan pada semakin pesatnya gempuran informasi media yang tidak diimbangi dengan kecakapan mengkonsumsinya. Maka dibutuhkanlah budaya baru dalam mengkonsumsi media secara sehat. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, maka literasi media juga berlakupada konsumen media on-line, atau media baru yang tersebar melalui jejaring internet. Literasi media tentu tidak bisa berjalan dengan baik tanpa peran serta masyarakat. Peran itu dapat berupa individu, komunitas, kelompok, dan budaya lokal setempat. Peran individu lebih di fokuskan pada bimbingan orang tua sebagai kepala keluarga atas konsumsi media di lingkungannya. Demikian juga pengawasan di komunitas, kelompok masyarakat tertentu yang peduli terhadap perkembangan konvergensi media, serta pemberdayaan kearifan lokal yang berkembang di komunitas masyarakat. Peran kearifan lokal untuk menangkal hadirnya pengaruh negatif gempuran informasi media. Contohnya kearifan lokal masyarakat Desa Samin, di-Kecamatan, Sukofilo Kabupaten Pati Jawa Tengah, kearifan lokal masyarakat Desa Kampung Naga di-Kabupaten, Tasikmalaya Jawa Barat, kearifan lokal masyarakat Badui Dalam, di-Pandeglang Banten, dan kearifan lokal Masyarakat Suku

Anak Dalam di Jambi . Peran komunitas kearifan lokal tersebut mampu menjadi benteng terakhir, ketika penetrasi budaya global tidak dapat terelakkan.

Banyak literatur menjelaskan bahwa literasi media senantiasa dikaitkan dengan pendidikan bermedia. Permasalahannya mengapa bermedia perlu dilakukan sebuah literasi?, hal ini karena masyarakat kita bersifat heterogen, jika dilihat dari etnisitas, agama, infrastruktur, pendidikan, pengetahuan, latar belakang profesi, geografis dan berbagai faktor lainnya. Varian kesenjangan dan perbedaan berbagai faktor tersebut berdampak pada kemampuan konsumen media dalam mengakses informasi.

Keanekaragaman indikator itu juga yang mengakibatkan perbedaan cara pandang masyarakat dalam memahami setiap *content* media (potter,2001:5). Pemahaman terhadap literasi media, tersebut merupakan salah - satu konsep untuk membangun pengetahuan konsumen terhadap tekanan isu-isu media. Literasi media juga memberikan penekanan kepada setiap individu konsumen media di masyarakat melakukan control terhadap *content* media yang dimungkinkannya dapat mempengaruhi budaya konsumen (potter,2001 :7).

Literasi media didefinisikan Devito (2008:4), sebagai kemampuan untuk memahami, menganalisis, mengakses dan memproduksi pesan komunikasi massa. Literasi media merupakan bentuk *pemberdayaan(empowerment)* agar konsumen bisa menggunakan media lebih cerdas, sehat dan aman. Semesta itu khusus *content* media televisi sering dipahami mampu merefleksikan realitas obyektif di masyarakat. Pada hal media televisi bukanlah cermin dunia realitas yang ada disekitar kita, karena *content* media televisi dikonstruksi oleh banyak faktor yang menghasilkan ragam realitas . Artinya konten media televisi tidak dipahami dalam konteks yang bebas nilai *value free*, namun realitas yang dikonstruksi televisi itu syarat dengan berbagai kepentingan politik keredaksian atau pemiliknya.

Pesan yang diproduksi, dan disampaikan media televisi sangat erat kaitannya dengan pihak yang mendanainya (Shoemaker & Reese,1996:231).Media itu lebih cenderung merefleksikan ideologi dari pihak-pihak yang mendanai, yakni pemilik modal, baik untuk kepentingan tertentu atau pada posisi yang bebas nilai/netral. Meski media telah meraih kebebasan dalam pemberitaan secara universal, tetapi ditauran ideologis dan politik keredaksian mereka masih terbelenggu oleh kepentingan pemodalnya. Pada dasarnya "media merupakan organisasi yang bersifat kompleks dari sebuah institusi sosial yang penting dalam masyarakat"(Littlejohn.,2005:-292).

Pada era informasi global ini tidak bisa kita bayangkanseandainya tidak ada media. Tetapi ketika media dan informasinya yang bebas dan vulgar menggempur masyarakat yang belum siap menerimanya, implikasinya banyak menimbulkan masalah baru. Bagi mereka yang memiliki latar belakang pendidikan dan pemahaman yang cukup tentang media tentu tidak bennasalah. Tetapi bagi mereka yang rentan pemahamannya terhadap media tentu sulit membedakan mana *content* media yang bermanfaat, dan mana yang bermasalah jika dikonsumsi masyarakat tertentu. Pada titik itulah literasi media hadir untuk memberdayakan kelompok-kelompok rentan tersebut.

Pada lingkup perpaduan antara kehidupan dan pengetahuan tentang literasi media ini Potter (dalam Eadie, 2009:562) melihat bahwa "seorang yang melek media dapat menginterpretasikan, menganalisis, dan memproduksi pesan melalui media". Hal ini sejalan dengan tujuan literasi media adalah untuk menghasilkan warga masyarakat yang "well informed" serta dapat membuat penilaian terhadap *content* media berdasarkan pengetahuan dan pemahaman mereka terhadap media yang bersangkutan (Eadie, 2009 :564).

Literasi media mempunyai konsep memfasilitasi khalayak konsumemedia untuk berbudaya media. Pemahaman konsumen terhadap berbagai karakter media menjadikannya memiliki nilai tawar terhadap keberadaan *content* media yang semakin bebas dan liberal. *Content* media yang disampaikan kepada public merupakan konstruksi yang didalamnya mencakup kepentingan tertentu yang dibawa media. Hal ini media tidak dipahami dalam lingkup yang bebas nilai, tetapi pesan yang dikonstruksi syarat dengan berbagai kepentingan.

Kebebasan media pasca regulasi UU No: 40/2009 tentang Pers, UU No 32/2002 tentang Penyiaran, dan UU No:11/2008 tentang ITE bukan merupakan jaminan, bahwa media akan terbebas dari nilai tersebut. Ketika menyikapi kondisi tersebut dapat diibaratkan, bahwa kini media telah terlepas dari mulut harimau, tetapi masuk lagi ke mulut buaya. Jika kebebasan media sebelumnya terganggu kekuasaan Negara/pemerintah, pada saat ini media terbelenggu oleh kekuatan primordi lis meterentu, dan pemilik modal. Diantara dua substansi tersebut yang paling dominan adalah pemilik modal. Ia dapat menentukan kearah mana politik keredaksian media diarahkan. Meskipun media mengaku independensinya tidak terganggu dalam menjalankan jurnalistik, realitasnya tidak bisa dipungkiri bahwa *content* media yang mereka sajikan telah dikonstruksi sedemikian rupa berdasarkan kebijakan pemiliknya. Secara teoritis yang paling berbahaya, ketika media telah berubah fungsinya menjadi "media partisan" untuk kepentingan pemiliknya. Misalnya media

tertentu yang difungsikan mendongkrak popularitas politik praktis pemiliknya. Literasi media hanya membantu konsumen untuk memahami media, sehingga ia memiliki kemampuan untuk mengendalikan pengaruh media dalam kehidupan masyarakat sehari-hari.

3. Pemahaman Terhadap Budaya Media

Budaya media hingga kini masih didefinisikan secara beragam oleh para ahli maupun penggiat media. Namun demikian jika dilihat dari sudut pandang pengetiannya, budaya media itu sendiri lebih dekat dengan "budaya citra" yang cenderung melibatkan penglihatan dan suara atau bunyi. Artinya ia merupakan salah satu budaya industri yang diorganisasi atas model produksi massa untuk kepentingan audience berdasarkan ganremasing-masing. Dimana industri media itu berbentuk komersial dan padat modal, berideologi kapitalisme. Dalam konteks ini "budaya media berusaha membidik khalayak luas dengan tema-tema tertentu yang berhubungan dengan masalah kekinian, yang memberikansuatu *hieroglif tentang kehidupan social kontemporer*" (Kellner, 2010: 2).

Menurut pandangan Douglas Kellner tersebut, budaya media bukan merupakan sistem indoktrinasi ideology yang kaku, dan berelasi dengan masyarakat kapitalisme belaka, tetapi juga memberi kenikmatan terhadap budaya media dan konsumennya. Bahkan ia mampu bekerjasama menimbulkan berbagai gagasan dan tindakan yang sejalan dengan nilai, keyakinan, dan praktik yang ditawarkan media massa, dan media baru (Kellner, 2010: 3). Pada pengertian yang lebih mikro budaya media dapat dipahamisebagai hasil konstruksi media yang massa dan baru yang dianggap efektif berinteraksi dengan budaya masyarakat, dimana media memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pola kehidupan masyarakat sebagai audience.

Kuatnya pengaruh itu terjadi karena media senantiasa berupaya membangun "theater of mind" sebagaimana realitas media pada umumnya. Artinya dalam masyarakat konsumen media itu muncul suatu hiper-reality, kondisi dimana masyarakat konsumen media dijebak dalam suatu ruangan yang disadarinya sebagai kenyataan, meski sesungguhnya bersifat semu, samarsamar, maya atau khayalan belaka (Baudrillard, 1983b: 46). Realitasnya di komunitas masyarakat konsumen media telah terjadi terdapat cara pandang yang mulai bergeser. Perubahan secara evolusi itu terlihat terhadap budaya masyarakat konsumen media itu, bahwa pandangan dan ideologi masyarakat konsumen media bukan lagi bertumpu pada "budaya yang mereka anut selama ini" tetapi telah bergeser, digantikan oleh budaya media. Secara teoritis budaya media itu akan selalu berpengaruh terhadap pola kehidupan masyarakat konsumen media. Selama media (massa

dan baru) mendominasi kehidupan masyarakat kita. Artinya tanpa disadari ideologi yang diajarkan media cenderung mempengaruhi budaya masyarakat secara universal. Proses pengaruh budaya media ini jika tidak dilakukan literasi media terhadap masyarakat, lambat laun akan membawa mala petaka pada masyarakat.

4. Pemahaman Terhadap Media Baru

Ketika kita sedang mendiskusikan "media baru" yang ada di benak kita, sebuah pertanyaan mengapa suatu media disebut "baru", lantas di mana letak kebaruan sebuah media? Bisa jadi bagi banyak orang media baru dimaknai sebagai teknologi media atau evolusi budaya teknologi media yang paling mutakhir perkembangannya. Tetapi hal tersebut masih belum bisa menjawab pertanyaan itu. Secara realitas perkembangan teknologi media (*gadget*) begitu cepat, dimana teknologi yang satu belum tersosialisasi di pasar tentang penggunaannya, sudah muncul model baru lagi, dan begitu seterusnya. Maka pemahaman media baru seperti tersebut kurang mencukupi, karena tidak mampu menyentuh sisi yang terkait dengan konteks sosial dan budaya atas dampak yang ditimbulkan sebagai media baru yang dikonsumsi masyarakat. Maka pertanyaan yang dianggap penting untuk diajukan menurut Livingstone (1999:60), bukan hanya, "what are the new media?", tetapi "what's new or society about the new media?"

Tentunya jawaban atas pertanyaan ini tidak hanya sekedar tentang perkembangan teknologi media baru, tetapi juga pemahaman yang lebih komprehensif terhadap pengalaman dan dampak apa yang ditimbulkan "media baru" terhadap konsumennya. Pernyataan Dewdney dan Ride (2006: 20), tentang pengertian media baru tidak hanya bertumpu pada teknologinya, tetapi berkaitan erat dengan praktik budaya serta penggunaan medianya. Banyak literatur mendefinisikan apa yang disebut media baru. Misalnya Flew (2002:10) dalam artikelnya merangkum beberapa pendapat yang diajukan oleh Miles (1997), Rice (1999), dan Barr (2000) kedalam sebuah definisi media baru, yakni semua bentuk media yang menghubungkan Tiga-C yakni *computing*, *communication networks* dan *content* dalam format digital (*digitalized*), dimana penggabungan itu sendiri diawali dengan *C (convergence)*. Media baru ini oleh Flew (2002) dipahami sebagai media digital, yaitu semua bentuk *content* media yang menggabungkan dan menyatukan (mengintegrasikan) data, suara dan berbagai macam *image*, yang disimpan dalam format digital, dan didistribusikan melalui jaringan komunikasi seperti serat optik, *broadband*, satelit dan sistem transmisi gelombang mikro. Inilah definisi dan konsep media baru yang dilihat dari aspek teknologinya. Konsep pendetatar teknologi yang banyak digunakan adalah "technological determinist" yang memandang teknologi sebagai suatu

kekuatanmandiri (otonom) yang bekerja untuk mendatangkan dampak pada budaya masyarakatyang menggunakannya (Flew,2002:39).

Dalam konteks ini ada dua pandangan yang saling bertolak belakang, yaknipandangan yang optimis dan pesimis terhadap perkembangan teknologi. Mereka yangberpandangan optimis melihat bahwa media baru diyakini akan membuat perubahan barudi masyarakat secara universal. Seperti Nicolas Negroponte (1995:227), ia bersikapoptimis atas media barn yang dikatakannya mampu membuka peluang baru untukmeningkatkan kebebasan individu dan hannoni sosial di tingkat global. Bill Gates(1996:181) juga melihat bahwa perkembangan media barn telah menghadirkan era barudalam perdagangan dan berbagai bisnis lainnya.

Sementara kelompok yang berpandangan pesimistis lebih menekankan dampaknegatif dari keberadaan media baru. Misalnya Postman 1993, dalam (Flew,2002:42)menilai bahwa masyarakat semakin terjebak dalam sikap yang mendewadewakanteknologi. Dimana mereka biasanya mencari legitimasi, menemukan kepuasan, danmenerima perintah dari teknologi. Dalam konteks ini Postman (1993) melihat bahwateknologi memang menghasilkan informasi yang volumenya semakin besar, sedangkansistem sosial budaya yang digunakan untuk mengevaluasi informasi itu justru mengalamikerusakan.Maka dari itu untuk memahami dampak dan keberlangsungan media barudiperlukan pengertian yang lebih luas mengenai teknologi dan budaya itu sendiri.

Menurut Flew (2002: 36),teknologi (media barn) dapat dipahami dalam 3 (tiga) kategori :

1. Teknologi sebagai alat atau artifak budaya yang digunakan manusiauntuk mentransformasikan alam, interaksi sosial,dan mengembangkan kapasitas manusia.
2. Teknologi sebagai konteks penggunaanya, yaitu pengguna teknologi yangsesuai dengan penciptanya. Maka teknologi dapat dimaknai content atau software.Misalnya ketika kita membicarakan tentang comouter maka tidak hanya membicarakanperangkat kerasnya, tetapi juga perangkat lunakya, sebab tanpa keduanya PCllaptoptidak lebih hanya sebagai seonggok logam dan plastik tertentu yang tidak ada maknanyadalam konteks tersebut.
3. Teknologi sebagai suatu sistem pengetahuan dan sosial yang menyertai pengembangan dan penggunaannya. Artinya pengguna teknologimedia barn memerlukan proses belajar untuk memperoleh tingkat pengetahuan danketrampilan tertentu sehingga dapat memanfaatkan teknologi atau media barn tersebut.

Media baru sebagai suatu teknologi tidak berhenti diciptakan sebagai suatu alat, atau aplikasi, tetapi atas penciptaan, pengembangan dan penggunaannya akan menghasilkan bentuk budaya baru. Di sadari atau tidak media teknologi global yang berkembang di dunia maya selama ini telah membentuk budaya teknologi yang diadopsi konsumen media baru tersebut. Mereka bukan hanya mengadopsi aplikasi teknologinya, tetapi juga jargon-jargon yang menjadi simbol teknologi global itu.

Ketika sebuah komunitas masyarakat tidak mampu menyesuaikan dengan komunitas budaya teknologi itu, maka sesungguhnya komunitas mereka telah tersingkir dalam pertarungan budaya di komunitasnya. Pemenangnya adalah budaya baru yang membawa perubahan, dan pembaharuan di masyarakat budaya. Dengan demikian diperlukan penguatan budaya lokal, atau kearifan lokal di komunitas masyarakat.

BAB. II. TARGET DAN LUARAN

Literasi media diperlukan akibat semakin gencarnya terpaan informasi dari berbagai media yang tidak diimbangi dengan kecakapan mengkonsumsinya, sehingga dibutuhkanlah pemahaman dalam mengkonsumsi media secara sehat. Literasi media tidak akan berjalan tanpa peran kearifan lokal masyarakat, baik secara individu, dan kelompok. Peran kearifan lokal masyarakat dapat memfilter, penetrasi budaya asing melalui media. Beberapa diskusi yang telah dihasilkan menunjukkan bahwa, literasi media berangkat dari persoalan cultural, dimana budaya local bertemu dengan budaya asing melalui media. Literasi media berupaya untuk memberdayakan konsumen ketika berhadapan dengan media. Literasi media bertujuan membantu konsumen agar memiliki pengetahuan dan pemahaman yang cukup tentang isi media, sehingga dapat mengendalikan pengaruh media dalam kehidupannya. Sedangkan peran kearifan local merupakan manifestasi budaya yang dimiliki masyarakat, sebagai filter untuk menghadapi interaksi budaya asing dari terpaan media. Literasi media juga dimaknai sebagai proses pembentukan kemampuan berpikir kritis konsumen dalam menghadapi dampak negatif media.

Berdasarkan target tersebut diatas maka luaran yang akan dihasilkan dalam kegiatan ini adalah :

1. Untuk menghasilkan warga masyarakat yang "well informed" serta dapat membuat penilaian terhadap content media berdasarkan pengetahuan dan pemahaman mereka terhadap media yang bersangkutan

2. Untuk memberikan pengertian dan pemahaman kepada peserta dalam upaya membangun literasi media sehingga memiliki pemahaman dalam mengkonsumsi media secara cerdas dan sehat.
3. Untuk memberikan pemahaman tentang literasi media, sehingga audience mengalami serta memiliki proses pembentukan kemampuan berpikir secara kritis dalam menghadapi dampak negatif media televisi.
4. Dengan memahami literasi media, maka orang tua mampu mendampingi saat anak menonton program siaran media televisi.

BAB III. METODE PELAKSANAAN

3.1. Metode Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat dilakukan dengan metode penyuluhan yang disampaikan oleh Tim, warga sebagai peserta mendengarkan dan menyimak makalah yang telah dibagikan kepada semua peserta, kemudian dilakukan diskusi dan disusun kesimpulan-kesimpulan dari diskusi tersebut.

Penyampaian materi penyuluhan disajikan dengan mengganggus bawah permasalahan yang bersifat spesifik dari warga masyarakat dalam mengkonsumsi informasi dan media, dengan kategori-kategori sebagai berikut:

- 1) Peran utama dlm pendidikan media adalah mengajarkan literasi media dg cara memberikan ruang untuk kemampuan membaca, menganalisis, menilai dan memproduksi komunikasi dlm berbagai bentuk media. Literasi media tidak hanya menangani persoalan kesadaran terhadap wacana, namun harus pula bisa mencakup kesadaran akan bahasa dan ekonomi politik media dan proses produksi media
- 2) Pemahaman terhadap literasi media, tersebut merupakan salah satu konsep untuk membangun pengetahuan khalayak terhadap tekanan isu-isu media. Literasi media juga memberikan penekanan kepada setiap individu khalayak media di masyarakat melakukan control terhadap *content* media yang dimungkinkan dapat mempengaruhi budaya konsumen .
- 3) Seseorang yang melek media dapat menginterpretasikan, menganalisis, dan memproduksi pesan melalui media. Hal ini sejalan dengan *tujuan literasi media* adalah untuk menghasilkan warga masyarakat yang "well in'ormed" serta

dapat membuat penilaian terhadap content media berdasarkan pengetahuan dan pemahaman mereka terhadap media yang bersangkutan

- 4) Literasi media merupakan bentuk pemberdayaan (*empowerment*) agar masyarakat konsumen bisa menggunakan media lebih cerdas, sehat dan aman.

3.2. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dalam Pengabdian pada Masyarakat ini adalah warga masyarakat di Kelurahan Kratonan kecamatan Serengan Kota Surakarta, Jawa Tengah.

BAB IV BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

4.1 Anggaran Biaya

Tabel 1 Anggaran Biaya -

No.	Komponen	Biaya
1.	Honorarium (Maksimum 30%)	300.000
2.	Bahan habis pakai dan peralatan	150.000
3.	Perjalanan, Seminar Hasil (Maksimum 15%)	150.000
4.	Lain-lain: Konsumsi Kegiatan, dokumentasi, laporan, komunikasi.(Maksimum 60%)	400.000
Jumlah		1.000.000.

4.2. Jadwal Kegiatan

Pengabdian Pada masyarakat ini akan dilaksanakan selama 4 (empat) bulan, terhitung dari bulan April 2015 hingga Bulan Juli 2015 seperti yang dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Jadwal Kegiatan

No	Jenis Kegiatan	Bulan ke			
		4	5	6	7
1	Penyusunan Prposal	■			
2	Mengurus ijin & koordinasi	■			
3	Menyusun instrumen	■			
4	Pelaksanaan kegiatan		■		
5	Evaluasi kegiatann			■	
6	Penyusunan laporan				■

DAFTAR PUSTAKA

- Bandrillard, 1983b, *In the Shadow of the Silent Majorities* ,New York: Simiotext
- Baran,Stanley, 2010, *Introduction to Mass Communication* ,Sixth Edition,NewYork: The McGraw-Hill Companies Inc
- Devito,Joseph A2008, *Essentials of Human Communication* ,SixthEdition,Boston : Pearson Education,Inc.
- dney,A&Ride.P,2006. *The new Media Handbook*, London.: Routledge.
- D. anastuti,Rini, 2012, *Kearifan Lokal Masyarakat Indonesia Dalam MenghadapiTerpaan Media*, dalam Literasi Media dan Kearifan Lokal,MutaPadi Pressido, Yogyakarta.
- es, Bill,1996, *Road The Ahead* New York: PenglinHoed.Benny.H,2008.Semiotika danDinamika Sosial Budaya, Penerbit FIBUniversitas Indonesia Depok, Bogor
- Kell:ner,Douglas,2010.*Budaya Media: Cultural Studies,Identitas dan Politik,Antara Modern dan Posmodern*, Penerbit Jelasutra, Yogyakarta.
- ejohn,Stephen W & Karen AFoss, 2005, *Theories of Human Communication*Eighth Edition, Belmont, California: Thomson Wadsworth.
- ingstone,S, 1999, *New Media New Audiences. New Media and Society*,London: Economic and Social Research Council.
- llegroponte, N.1995, *Being Digital*, Sydney : Hodder & Stoughton.
- Potter W.James dalam William F.Eadie (ed) 2009 *121st Century CommunicationA.Reference Handbook* Vol.2 Thousand Oaks,California : SagePublications,
- . 2001, *Media Literacy*, Second Edition, Sage Publications,International Educational and Professional Publisher, ThousandOak-London-New Delhi,
- Shocmaker,Paula J & Stephen D.Reese, 1996, *Mediating The MessageTheories of Influenceon Mass Media Content*, Second Edition,New York: Longman Publishers

PERNYATAAN



Unesi



SURAT TUGAS

No. : 102 / R1/AK/ 2015

Dengan ini kami menugaskan kepada :

N a m a : Dr. Dian Esti Nurati,MSi
NIP : 195610281987032002
Pangkat/Gol : Penata / III c
Jabatan : Lektor
Unit Organisasi : Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Tugas : Mengadakan Pengabdian Masyarakat dengan Thema Pemahaman Tentang Literasi Media Sebagai Pendampingan Dalam Menonton Program Siaran Televisi
Hari/Tanggal : Sabtu, 6 Juni 2015
W a k t u : 09.00 - selesai
Tempat : Kelurahan Kratonan Kecamatan Serengan Surakarta

Harap dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan menyampaikan laporan selesai melaksanakan tugas

Surakarta, 6 Juni 2015
Wakil Rektor Bidang Akademik
Drs. Kusnanto,MSi
NIDP. 0194 0211

PERNYATAAN

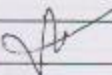
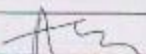
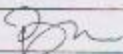

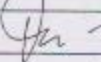

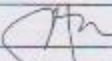
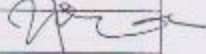
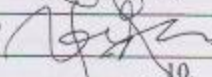
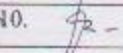
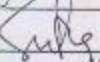
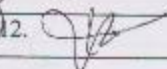



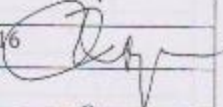


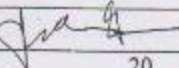
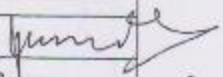

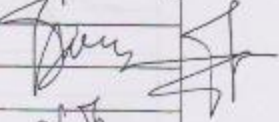

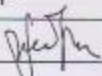
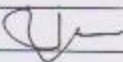
Tugas tersebut telah dilaksanakan dengan baik



Widiastuti, SE
NIP. 1965061989032008

Unisri

DAFTAR HADIR PENGABDIAN PADA MASYARAKAT

NO	NAMA	TANDA TANGAN
1	Kusum	1. 
2	Agung S	2. 
3	BUDI SANTOSO	3. 
4	+ Kartadi	4. 
5	Wahid Dwi S.	5. 
6	POJO. S	6. 
7	Joko Sudo	7. 
8	Wuryanto	8. 
9	Supriyanto	9. 
10	Wahid Dwi S	10. 
11	Danang Sutopo	11. 
12	Kusum S P	12. 
13	Sugawo	13. 
14	Alfianto	14. 
15	Pramono	15. 
16	Burkhard	16. 
17	Smiltra	17. 
18	HANIK ARIYANTO	18. 
19	Budi Sukrono	19. 
20	Kusanto	20. 
21	Kusum Sri. M	21. 
22	PRAPTO	22. 
23	Sugawo	23. 
24	Suhawo	24. 
25	PADI. S	25. 

DAFTAR HADIR PENGABDIAN PADA MASYARAKAT

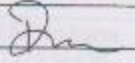
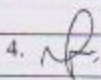

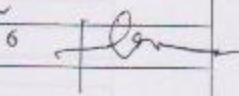
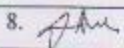


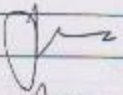
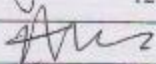
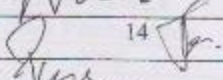
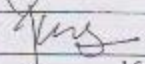
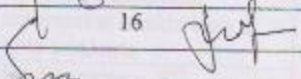

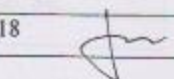

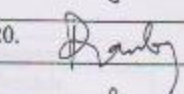
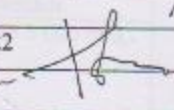
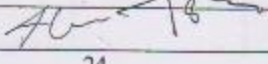
NO	NAMA	TANDA TANGAN
26		1.
27		2.
28	Bambang S	3. 
29	Suwatni	4. 
30	Aris	5. 
31	JOKO HARTANTO	6. 
32		7.
33	Fany Lya	8. 
34	Slameto	9. 
35	SUPENI	10. 
36	Endang S	11. 
37		12.
38	Maryatun	13. 
39	SUMARNI	14. 
40	Sunardi	15. 
41	Didik S	16. 
42	Samia	17. 
43	Juni Slameto	18. 
44	Sarini	19. 
45	Bambang	20. 
46		21.
47	Hadis Prasetyo	22. 
48	Slameto	23. 
49		24.
50		25.

FOTO KEGIATAN

